

2022上海第14届OEM自有品牌展会&展位预定

产品名称	2022上海第14届OEM自有品牌展会&展位预定
公司名称	上海博华国际展览有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市嘉定工业区叶城路912号J6686室（注册地址）
联系电话	13671856722 13661406349

产品详情

2022上海自有品牌展会-OEM展|贴牌展|百货展|食品展

（14届厦门展）

展会地址：厦门国际博览中心

展会时间：2022年8月10-12日

（15届上海展）

展会地址：上海新国际博览中心

展会时间：2022年12月1日-3日

主办单位：上海市品牌授权经营企业协会自有品牌委员会(PLSC)

自有品牌制造商协会(PLMA)

执行单位：跨采（上海）广告有限公司

自有品牌在我国的发展历史比国外更悠久，品牌其实都是自有品牌，都是以“拿手绝活”、“货真价实”、“诚实守信”这十二个字支撑起来的。自有品牌在我国改革开放时期的发展，早期是百货自有品牌，如20世纪70年代北京王府井丽人服饰、上海开开百货和恒源祥等。从2004年我国零售业对外资全面开放起，我国自有品牌的发展经历了三次高潮。改革开放以来，我国自有品牌大致经历了四个发展阶段。

零售自有品牌，是工厂为卖场、超市、百货公司等零售店进行的代加工生产、贴牌零售，由超市一次买进并销售的行业。

1、贵司的产品，不管是走哪条销售渠道，终还是步入零售渠道，比如卖场，超市，连锁门店。这个展会直接接触的采购商都是来自国内外的终端零售商，批发商，贸易商，电商等等，包括法国家乐福Carrefour，欧尚Auchan，勒克莱尔Leclerc，英国特易购Tesco,库普Coop,美国沃尔玛Wal-mart,德国麦德龙METRO,艾德卡EDEKA,奥地利SPAR，以及国内的百联，特力屋，华润万家，京东商城等等，都是很有实力的采购商，让你直接面对零售商，省去中间环节。

2、直接和零售商合作，除了省去流通环节，节省进场费，上架费，标签费，条码费，节庆费，促销费，广告宣传费等诸多费用外，还可以让零售商参与您的产品设计，你们可以在生产技术上和开发商进行探讨，帮助您的企业进一步提升竞争力。

3、直接和零售商合作，与零售商分工明确,产供稳定,无需考虑销售,只需专注生产。同时，零售商强力的宣传手段以及极具竞争力的价格，为产品快速销售提供了保证。

4、外贸转内销及内销拓展外贸的平台，外贸规则与内贸渠道无缝对接。

5、品牌商与自有品牌和谐相融，消化过剩产能,优化生产线，节约成本，同时占领不同层次消费市场，获取更多销售份额。

6、省时：不在天南地北的去找合适的供应商-采购商

省心：不再在几十万平方米的场馆里跑断腿

省力：不再劳心费神解释自有品牌都是一家人

为什么选择我们？

PLF和PLSC十多年来，致力于推动国内自有品牌行业的发展，几乎是从零开始，一边和零售商讨论如何做自有品牌；一边帮助供应商了解和适应这种新的合作模式，一直发展到现在行业初具规模；自从2018年开始，国内已有很多展览公司跟风做自有品牌。因为受到行业性局限，几乎没有成功的，当时我们的态度也是欢迎大家一起来共同推动PB在国内的发展；

PLF在行业的口碑和形象大家有目共睹，不管中国自有品牌市场有多么稚嫩，我们仍然在兢兢业业的默默耕耘；尽量做到对展商的公平，一切发布的信息保障真实，不划水；

- 1、同一时间段，价格始终如一，且前低后高；否则宁愿空着，也不打折（不能让老客户吃亏、不能让先付款的吃亏）；
- 2、展位销售进度实时公开，从不作假；不诱导、误导客户，每一个位置都是真实的；
- 3、观众邀请和数据从不弄虚作假。

展出范围：

01综合食品主题展区

休闲零食、粮油副食、酒水饮料、饼干糕点、糖果巧克力、冲调食品、营养保健品、南北干货。

02居家百货主题展区

家用清洁及芳香用品、洗涤用品、生活用纸、海绵产品、塑料制品及收纳、服装鞋袜与配饰、家纺烹饪及烘焙餐具、小家电、家用五金及园艺用品、清洁工具及汽车护理、宠物用品。

03个人护理主题展区

维他命及内外服非处方用药、护理与清洁（口腔、身体）、非处方药品及保健品、眼耳鼻足护理、保健急救、女性/成人及婴儿用品、美容美发用品及工具。

04生鲜食材主题展区

水产、禽类、肉类、果蔬、预制食品、冷冻/速冻蔬菜、预包装及调理蔬菜、速冻面点、原辅料及调味品、调理食材、有机食材、乳制品。

部分优质超市采购商：

家乐福（中国）投资有限公司 沃尔玛（中国）投资有限公司

上海益实多电子商务有限公司 上海盒马网络科技有限公司

上海来伊份股份有限公司 人人乐连锁商业集团股份有限公司

苏果超市有限公司 广东赛壹便利店有限公司

大润发流通事业股份有限公司 易初莲花(中国)连锁超市公司

Sam ' sClub山姆会员商店 华润万家有限公司

联华超市股份有限公司 华联超市股份有限公司

美宜佳便利店有限公司 山西美特好连锁超市股份有限公司

利群集团股份有限公司 上海福满家便利有限公司

三江购物俱乐部股份有限公司 天虹商场股份有限公司

北京物美商业集团股份有限公司 永辉超市股份有限公司

永旺(中国)投资有限公司 郑州丹尼斯百货有限公司

山东家家悦集团有限公司 福建冠业投资发展有限公司

步步高商业连锁股份有限公司 欧尚（中国）投资有限公司

成都伊藤洋华堂有限公司 河南金好来超市有限公司

武汉武商量贩连锁有限公司 安徽商之都股份有限公司

河北美食林商贸集团有限公司 广州市广百股份有限公司

石家庄北国人百集团有限责任公司 中百仓储超市有限公司

北京超市发连锁股份有限公司 北京全时叁陆伍连锁便利店公司

新华都购物广场股份有限公司 山西金虎便利连锁股份有限公司

供应商开发自有品牌品类目前以家用百货为主，未来向方便食品发展

(1) 家用百货既是目前主要品类，也是供应商认为未来重要的、应该投注多精力开发的品类。

(2) 方便食品、洗化用品、蜜饯炒货是目前开发排名前10的品类中未来将加大力度开发的品类，尤其是方便食品这一品类，在未来重点开发品类中仅次于家用百货。

(3) 便利即食商品也是位于目前主要开发前10的品类之一，且未来的地位不会下降。

(4) 粮油米面、饼干膨化、糖果巧克力和糕点是目前排名前10的品类中未来的重要性会有所下降的品类。

(5) 肉类、蔬菜、禽蛋、小家电、熟食是目前主要开发中排名11至24位的品类，这些品类在未来将会得到更多的关注，尤其是小家电类，在未来重点开发中的地位有明显提升。

(6) 冲饮、酒类、预包装鲜食、针棉织品、水产品、冷冻食品、水果和纸制品是目前主要开发中排名11至24位的品类，这些品类在未来重点开发中的排名有所下降，尤其是酒类、预包装鲜食这两类在未来的地位下降明显。

(7) 健康、美容、非酒精类饮料、牛奶、冷饮、玩具和常温肉禽蛋制品在目前主要开发和未来重点开发中都排在后。

预包装鲜食是零售商近年来开发重点，为什么供应商认为未来的地位会有所下降？可能的原因是：预包装鲜食零售商会自建工厂或者中央厨房生产，所以，供应商直接供货的机会不大。

展位预订/展会咨询：

上海自有品牌协会委员会 (PLSC)